

# LA IMAGEN DEL CUERPO DE LAS MUJERES A TRAVÉS DE LA PRENSA EN ESPAÑA Y COSTA RICA. ESTUDIO DE CASO: KARINA BOLAÑOS Y OLVIDO HORMIGOS

*How Women are Stereotyped by the Media in Spain and Costa Rica.  
Case Study: Karina Bolaños and Olvido Hormigos*

Tania TENA PÉREZ<sup>1</sup>

Fecha de recepción: 15 de diciembre de 2017

Fecha de aceptación y versión final: 28 de junio de 2018

**RESUMEN:** Los medios de comunicación, en su papel de agentes de socialización, actúan como transmisores de una cultura patriarcal. La prensa sigue reproduciendo diariamente mensajes violentos hacia las mujeres y los/as profesionales de la información continúan sin tener una adecuada formación en género que permita enfocar los contenidos desde una perspectiva feminista. Analizar cómo la prensa cuenta y mediatiza los cuerpos de las mujeres es fundamental para poder detectar las malas prácticas periodísticas y generar nuevos modelos comunicativos. España y Costa Rica, con los casos de Olvido Hormigos y Karina Bolaños, nos servirán de ejemplo para poder estudiar en profundidad la violencia que se ejerce desde el ámbito periodístico.

**PALABRAS CLAVE:** medios de comunicación, feminismo, estudios de género, imagen de las mujeres, Karina Bolaños, Olvido Hormigos.

**ABSTRACT:** The media, in their role as agents of socialization, act as channels promoting a patriarchal culture. Day after day, the press delivers aggressive messages towards women in a world where journalists lack in adequate training that would allow them to deliver their messages through a more egalitarian vision.

It is essential to analyze the biased way in which Women's image is portrayed through our press and other media in order to be able to spot wrong journalistic habits and therefore be

---

<sup>1</sup>Tania TENA PÉREZ, doctoranda en Estudios Feministas y de Género, máster en Estudios Feministas y licenciada en Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. [tpvillanueva@gmail.com](mailto:tpvillanueva@gmail.com).



able to establish new communication models. Two great examples that will help us to thoroughly study the violence with which women are depicted in our media are those of Olvido Hormigos (Spain) and Karina Bolaños (Costa Rica).

KEYWORDS: media, feminism, gender studies, women's image, Karina Bolaños, Olvido Hormigos.

## INTRODUCCIÓN

Mientras las legislaciones de las sociedades actuales avanzan hacia la igualdad de género gracias, entre otras cosas, a los logros del movimiento feminista, muchas estructuras sociales permanecen apegadas a viejos órdenes que siguen ejerciendo violencia hacia las mujeres. El periodismo, como altavoz de los acontecimientos sociales, tiene la responsabilidad de realizar un tratamiento de sus informaciones inclusivo e igualitario. Sin embargo, y en su mayoría, los medios de comunicación siguen reproduciendo un sistema hegemónico que, entre otras cosas, siempre ha sido patriarcal.

En referencia a la historia, las mujeres quedaron excluidas de ejercer el derecho a tomar la palabra pública, aunque no fueron pocas las que, desde las posibilidades de sus márgenes, hicieron pública su situación privada. Los cimientos de la comunicación y su posterior desarrollo no incluyeron los vivires y sentires del complejo de la sociedad, sino que se limitaron a hacerse eco de los quehaceres de quienes deciden el rumbo de la comunidad.

A lo largo del siglo XX, muchas empresas periodísticas unieron sus intereses y formaron grupos comunicativos de gran poder. Los grupos de comunicación, por tanto, son empresas dirigidas por un conjunto de personas con determinados intereses económicos que utilizan los medios como fuente de ingresos. El mundo se representó bajo códigos masculinos y occidentales; es decir, “se transmite la idea de un mundo hecho a imagen y semejanza de aquellos hombres poderosos que habitan la parte más rica del mundo, comparten tradiciones culturales y participan de sistemas económicos y políticos similares” (Abril, 2001). Es así como los grandes grupos empresariales de comunicación presentan una estructura patriarcal, ya que como dice Natividad Abril, crean corporaciones “pluriparentales”, es decir, gobernadas en exclusiva por unos cuantos hombres (Abril, 2001).

Actualmente, vivimos en un mundo hipermediatizado y, por ende, hiperconectado que se sigue construyendo a través de tres ejes: masculino, occidental

y capitalista. La comunicación, salvo excepciones, continúa siendo sexista, invisibiliza los avances de las mujeres y cosifica sus cuerpos.

Los objetivos principales de esta investigación pasan por analizar la responsabilidad de los medios de comunicación como transmisores de una cultura patriarcal que reproduce estereotipos de género que son violentos hacia las mujeres. Además, desde una mirada feminista propondremos crear nuevos espacios de comunicación que cuenten con las herramientas necesarias para incluir la perspectiva de género en la transmisión de la información.

Previo al análisis de los casos de las políticas Karina Bolaños, en Costa Rica, y Olvido Hormigos, en España, estudiaremos a diferentes teóricas/os feministas especializadas/os tanto en el análisis de las informaciones producidas por los medios de comunicación como en identidad, cuerpo y violencia hacia las mujeres.

Para la investigación de los casos concretos, hemos utilizado recursos cuantitativos de recolección de artículos y titulares de prensa durante los meses de agosto y septiembre de 2012. Como veremos, se ha recurrido a las fuentes directas: se han analizado los diarios impresos de La Teja y La Nación en Costa Rica, así como las principales cabeceras online españolas, como son elpaís.com, abc.es, larazón.es y el mundo.es. Tras la recopilación de las informaciones, el posterior análisis teórico de éstas se basa en el marco teórico propuesto. Finalmente, el estudio de las entrevistas y de los reportajes fotográficos de las políticas para la revista española *Interviú* resultarán esenciales para concluir con la investigación.

## LA “MEDIATIZACIÓN” DE LOS CUERPOS DE LAS MUJERES

El cuerpo no es visto ni vivido de igual forma en todas las culturas. Si aceptamos la conexión entre cuerpo y cultura, los cuerpos estarán sujetos a ser ejemplos de lo que cada cultura espera de ellos. A pesar de los cambios históricos y de las diferencias geográficas, los cuerpos se presentan como “agarre directo” (Bordo, 2001: 33) de la cultura en la que viven y se desenvuelven.

El cuerpo, en Occidente, se convierte en un mediador cultural que forma parte principal de nuestra cotidianidad y responde a unos patrones de consumo y disciplina. Mari Luz Esteban, explica como el autocontrol y el consumismo se ejercen en torno a cuatro áreas: alimentación, ejercicio físico y deporte, cuidado estético y sexualidad (Esteban, 2004: 67-68), donde se observa la alianza del sistema patriarcal al sistema capitalista.

Las características corporales pasan a formar parte inseparable de la construcción de la identidad, pero esta “disciplina corporal” hemos de entenderla,

como manifiesta la antropóloga, en referencia a Foucault “como un instrumento de poder, una forma muy efectiva de control social” (Esteban, 2004: 67-68).

Los medios de comunicación mediatizan la imagen de los cuerpos de las personas, especialmente de las mujeres. La violencia simbólica que ejercen provoca un control directo sobre los cuerpos de las mujeres llegando a influir en las conductas de sus consumidoras. Se exponen y exhiben imágenes de cuerpos normativos que están alejados de la realidad cotidiana de los cuerpos de las mujeres, contribuyendo a perpetuar los estereotipos de género.

Según Pierre Bourdieu, “todo, en la génesis del hábito femenino y en las condiciones sociales de su actualización, contribuye a hacer de la experiencia femenina del cuerpo el límite de la experiencia universal del cuerpo-para-otro, incessantemente expuesta a la objetividad operada por la mirada y el discurso de los otros” (Bourdieu, 2000: 83). Esta construcción, ajena en un principio a toda capacidad decisiva en la conformación de la propia identidad, nos muestra el cuerpo de las mujeres objetivado, cosificado y despolitizado.

Laura Mulvey en *Placer visual y cine narrativo*, realiza una reflexión sobre el tratamiento que hace el cine de las mujeres y las consecuencias que trae en la sociedad. Mulvey, establece un mundo ordenado por el desequilibrio sexual en el que la mirada determinante del varón proyecta su fantasía en la figura femenina, en una sociedad donde el placer de mirar se basa en una dicotomía activo/masculino y pasivo/femenino. Las mujeres son tratadas como objetos sexuales (to-be-look-at-ness), siendo a la vez el leitmotiv del espectáculo erótico: ella es el deseo masculino, soporta su mirada y actúa para él. Por ello, el hombre es el ángulo visor, la perspectiva a través de la cual se define el ser-mujer (Mulvey, 2001: 370).

Los medios de comunicación utilizan esta “lógica” de la diferencia sexual para (re) presentar el cuerpo “femenino”. Los medios muestran “la cultura de los cuerpos femeninos disponibles” para el consumo, legitimando la dominación sobre los mismos: son portadores de la mirada.

La mirada no es un acto y un proceso casual, sino que también se construye. En la construcción de la mirada intervienen muchos factores, siendo la cultura uno de los principales, sin olvidar las experiencias individuales. Marián López F. Cao y a Juan Carlos Gauli Pérez, exponen que “la interpretación es fruto de nuestros años de aprendizaje, de nuestros recuerdos, y de la convención cultural de la sociedad en la que vivimos. No hay mirada inocente, ni hay mirada objetiva. Toda percepción es cultural y está transida por nuestra propia e individual experiencia. En ella, la cultura y a través de ella, los medios de comunicación de masas, son

un elemento formador de conductas perceptivas” (López F. Cao y Gaudi Pérez, 2000: 44).

Los medios de comunicación, como portadores de la mirada, mediatizan estereotipos de género. Estos estereotipos son imágenes “a imitar” por varios motivos. Por un lado, y atendiendo de nuevo a López F. Cao y Gaudi Pérez, la sociedad mira a través de quienes construyen el mundo y, además, crean un sujeto global y unitario que es, por ello, homogéneo y desindividualizado. Por otro lado, el referente de sujeto consumidor es blanco, heterosexual, hombre y occidental (López F. Cao y Gaudi Pérez, 2000: 44). Así se crea un imaginario colectivo que no responde a la colectividad.

Unido a estos argumentos, debemos traer a este ejercicio la definición que la Real Academia de la Lengua de la palabra “estereotipo”. Según la RAE un estereotipo es “imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable”. Es este carácter de inmutabilidad el que otorga la fuerza de los estereotipos. Sin embargo, no podemos asumir un estereotipo como algo no cambiante si en su mayoría son constructos. El simple hecho de asumir que el estereotipo es una construcción ya ofrece la posibilidad de cambio.

Como vemos, se puede generar resistencia a los estereotipos y se puede responder desde los cuerpos, ya que pueden querer ser reflejo de estereotipos: “el cuerpo debe responder a las exigencias de un sistema: debe ser una fuerza productiva. Debe ser rentabilizado al máximo incluso como instrumento de consumo: ahora es expuesto, vendido y consumido como una mercancía más” (Bernárdez, 2000: 69) o pueden convertirse en el lugar de resistencia y contestación, haciendo de los cuerpos “campos de batalla”.

Los medios de comunicación, por tanto, producen y reproducen estereotipos de género, como transmisores de la cultura y agentes socializadores. Pero ¿hasta qué punto esa manipulación es tan elevada? Existen diferentes opiniones, según las reflexiones de Asunción Bernárdez, quien afirma que “soy muy crítica con el supuesto poder de los medios de comunicación en su proceso de creación de modelos. Estos, por sí mismo, no son capaces de extender un modelo tan agresivo para la vida humana. Más bien creo que tienen que existir otra serie de factores en nuestra sociabilidad que faciliten la extensión del mismo” (Bernárdez, 2000: 69).

No sólo los medios de comunicación son portadores de la desigualdad, sino que todo el entramado político, económico, médico, jurídico, etc., es reproductor de un sistema hegemónico desigual donde los medios son la prueba tangible de tal injusta situación.

## EL MITO DE LA BELLEZA, NAOMI WOLF

La objetivización de los cuerpos de las mujeres deriva en una cosificación. Las “cosas” no tienen poder. Por ello, al tratar a las mujeres como objetos, se las despolitiza, negando su autoridad, adjudicándoles y exigiéndoles los atributos propios de los objetos, entre otros, la belleza.

Naomi Wolf, en 1991, con *El mito de la Belleza*, su libro más célebre, sitúa el cuerpo de las mujeres como eje actual del control patriarcal. Las mujeres, según Naomi Wolf, a pesar de conquistar sus derechos y encarnar las máximas capitalistas (poder, dinero y reconocimiento), generan obsesión por sus cuerpos y su físico un *odio hacia sí mismas*. Además, para reforzar este ideal de belleza, están determinadas industrias que fomentan la obsesión por los cuerpos: la industria pornográfica, de las dietas, de la cirugía y de los cosméticos, por ejemplo.

Según la autora, es a partir de 1830 cuando “el mito de la belleza” se instaura como válido. En ese momento, las sociedades industriales, en pleno auge, comienzan a necesitar la presencia de las mujeres en su desarrollo: éstas abandonan el hogar para trabajar, favoreciendo el crecimiento capitalista y, a su vez el aumento de la clase media, la escolarización y el acceso a la cultura. Pero, por otra parte, surgirá un grave peligro para el patriarcado al ver que las mujeres trabajan, logran emanciparse y acceden a la cultura; es decir, a los espacios públicos que, hasta el momento, estaban ocupados exclusivamente por hombres. La autora afirma que esta vez el patriarcado utilizó el único cabo suelto: la belleza efímera e interminable. Este es el elemento represivo que, apoyado en una tecnología sofisticada capaz de reproducir millones de imágenes del estereotipo actual de belleza, crea una idea de fantasía sexual colectiva. Pero la realidad dista mucho de la fantasía. Naomi Wolf dice que, realmente, se trata de un temor político de las instituciones de los hombres: se sienten amenazados por la libertad de las mujeres y explotan su sentimiento de culpa encerrándolas en su propio cuerpo, como sucediera con la doncella de hierro (técnica de tortura medieval).

La edad y el peso componen así el dogma de la religión patriarcal, bombardeando a través de las imágenes que se reproducen en los medios de comunicación, donde belleza se equipara a sexualidad. Aun así, la escritora afirma que “el mito de la belleza” no prescribe apariencia, sino comportamiento y que, mientras las mujeres y sus cuerpos crecen, progresan y expresan el ideal de belleza, permanece *inerte, eterno y genérico*: “el mito de la belleza no habla para nada de las mujeres. Habla de las instituciones de los hombres y de su poder institucional” (Wolf, 1991: 218) y es que “se requería urgentemente una ideología que hiciera

sentir a las mujeres desvalorizadas para contrarrestar la manera en que el feminismo había empezado a hacernos sentir más valiosas”. Concluye afirmando que “para librarnos del peso muerto que una vez más se ha hecho de la femineidad, lo primero que necesitamos las mujeres, no son votos ni manifestaciones ni pancartas sino una nueva forma de ver” (Wolf, 1991: 218).

#### ESTUDIO DE CASO: KARINA BOLAÑOS Y OLVIDO HORMIGOS

Los casos de Karina Bolaños, en Costa Rica, y de Olvido Hormigos, en España, son claros ejemplos de cómo se mediatizan los cuerpos y se cuestiona el derecho a la sexualidad de las mujeres. Ambos personajes políticos vieron cómo se hicieron públicas grabaciones de su vida privada, causándoles consecuencias directas en su ámbito profesional y personal. La prensa reprodujo las informaciones de forma sensacionalista generando juicios de valor sobre los hechos.

Antes de centrarnos en el estudio de caso, conviene hacer una revisión de la prensa en ambos países:

#### Los grupos de comunicación en Costa Rica

Los medios de comunicación impresos en Costa Rica pertenecen, en su mayoría, a la misma corporación: el Grupo Nación, de gran influencia en toda Centroamérica. Se trata de un grupo de comunicación “pluriparental”, como exponía Natividad Abril, según podemos observar en la composición masculina de su Junta Directiva. Con un gran número de productos informativos, no solo en prensa sino también en otros formatos y plataformas. Cuenta con los diarios *La Nación*, *Al Día*, *La Teja*, el semanario *El Financiero*, revistas como *Perfil*, *Su Casa* y las radios *Bésame 89.9*, *ADN FM 90.7*, *Los 40 Principales 104.3* y *Q’Teja 91.5*. A través de estos medios, se llega diariamente al 65% de la población costarricense.

En 1946 se publicó el primer número del periódico *La Nación*, seguido en 1984 de la primera revista dirigida a un público femenino: *Perfil*. A lo largo de los años noventa publicaron *Al Día* (que en 2012 comparte únicamente contenido deportivo) y *El Financiero* (que versa sobre economía). No es hasta 2006 cuando se estrena *La Teja*, que pretende dirigirse al completo del sector popular.

#### Los grupos de comunicación en España

En España, existen diferentes grupos de comunicación, siendo los más importantes el Grupo Prisa, el Grupo Vocento, el Grupo Cope, pasando por Unidad

Editorial, el Grupo Planeta, el Grupo Godó, el Grupo Zeta y el Grupo Moll-Prensa Ibérica. Muchas de estas corporaciones son propietarias no solo de periódicos sino también de editoriales, emisoras de radio, revistas, cadenas de televisión e, incluso, de cines.

El Grupo Prisa, que es el principal grupo multimedia de España, tiene sus orígenes en la Editorial Santillana y, entre sus diarios, encontramos *El País*, *As* y *Cinco Días*. Además, posee más de 400 emisoras de radio que responden, entre otras, a la *Cadena Ser*, *Los 40 Principales* y la *Cadena Dial*. En 2012, su Consejo de Administración, tan solo contaba con tres mujeres entre sus 17 componentes, y los puestos de mayor relevancia, como el de presidente, vicepresidente y consejero delegado, estaban en manos masculinas.

El Grupo Vocento, por otro lado, nace de la unión del Grupo Correo y de Prensa Española, siendo sus principales cabeceras: *ABC*, *El Correo*, *La Rioja*, *La Voz de Galicia*, *Hoy*, *El Comercio*, *El Diario Montañés*, *El Norte de Castilla*, *Sur*, *La Verdad* y *El Diario Vasco*. Son los máximos propietarios de *Telecinco* y mantienen relaciones con Berlusconi, al cederle a este el 12% de las acciones de la cadena televisiva.

Otras de las cabeceras principales españolas como *El Mundo* pertenece al grupo Unidad Editorial (que también edita *Marca* y *Expansión*) o *La Razón* que forma parte del Grupo Planeta (propietario de Antena3, La Sexta, Onda Cero y Europa FM).

Esta revisión nos demuestra que existe una concentración empresarial de los productos informativos en grupos de comunicación (posicionados ideológicamente) que puede ser perjudicial para la calidad informativa, ya que se articula desde perspectivas masculinas y capitalistas. Además, no sólo las directivas de los conglomerados tienen una máxima presencia masculina, sino que también la dirección de los principales periódicos continúa, en 2012, estando bajo puestos que detentan hombres, como vemos a través de *El País* (Javier Moreno), *El Mundo* (P.J. Ramírez), el *ABC* (Bieito Rubido Ramonde) y *La Razón* (Francisco Maruenda).

Los diarios, además, presentan en sus informaciones un doble juego: siguen conservando las características patriarcales de la visión y reproducción del mundo (pocas mujeres “protagonistas” de noticias en positivo, victimización del género femenino, inadecuados tratamientos informativos de las noticias sobre violencia machista, lenguaje sexista, publicación de anuncios de prostitución, etc.), pero incorporan de cara al público, secciones separadas de un enfoque transversal que proporcionan un “lavado de cara” a sus productos informativos.

Por otro lado, algunos periódicos están haciendo grandes avances en el tratamiento de sus contenidos, potenciados, sin duda, por las conquistas sociales conseguidas a través de leyes como Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género y la Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres.

### Análisis

Estos dos casos de estudio tienen varias peculiaridades que los hacen una fuente necesaria de investigación: en primer lugar, los dos acontecimientos suceden seguidos en el tiempo, lo que permite analizar la prensa y las reacciones de la población de una forma más exacta y fijar la actualidad de la comunicación en ambos países (no funcionaría igual si los acontecimientos estuvieran separados por un largo período de tiempo, ya que la sociedad y sus medios de información cambian rápidamente); además, los datos permiten observar que dos países lejanos, con leyes diferentes, costumbres distintas y formas de informar e informarse no similares (en España la mayoría de la población recibe la información online en 2012, mientras que en Costa Rica predomina la prensa impresa) reaccionan e informan de la misma manera ante una situación violenta hacia las mujeres. Por otro lado, que las dos mujeres fueran políticas con cargos de responsabilidad en partidos (no del mismo signo ideológico) y las dos fueran víctimas de difusión de vídeos íntimos por parte de hombres, hace que podamos realizar una correlación que nos permita investigar sobre cuál es la posición en que las mujeres vivimos, estamos y somos en diferentes partes del mundo.

Basándonos en el marco teórico generado en esta investigación, a través de los estudios de género y de la teoría feminista, se ha recurrido a las fuentes directas; es decir, al análisis de los diarios impresos *La Teja* y *La Nación* (concretamente 61 diarios: 31 correspondientes a agosto y 30 a septiembre) de Costa Rica, por ser los de mayor seguimiento y alcance en el país, y a las principales cabecezas online españolas, *elpaís.com*, *abc.es*, *larazón.es* y *elmundo.es*, pertenecientes a diferentes grupos de comunicación durante los dos meses inmediatos a los casos Karina Bolaños en Costa Rica y Olvido Hormigos en España (agosto y septiembre del pasado 2012). Además, se han rastreado diferentes artículos posteriores a estos meses y concernientes al “destino” de las ex-políticas después de la difusión de vídeos sobre su privacidad sexual, así como el seguimiento de las entrevistas de ambas para la revista *Interviú*.

Se han documentado y analizado un total de cuarenta y siete informaciones (de diferentes géneros) para Costa Rica y España. En el caso de Costa Rica

encontramos el grueso de sus artículos en *La Nación*, 26 concretamente, debido al debate que se generó entorno al derecho a la privacidad, como veremos a continuación. *La Teja*, por su parte, cuenta con dos artículos sobre el tema. Esta diferencia se debe a que son dos productos distintos que no responden a los mismos principios, ni en la presentación ni en el tratamiento de la información. Por ello, no podemos analizarlos comparativamente sino paralelamente y complementariamente; es decir, en el caso de *La Nación* se presta atención al discurso, mientras que *La Teja* se centra en las imágenes. Según los datos para 2012 en la web del medio, *La Teja* es la cabecera más leída de todo el país, superando incluso a *La Nación*. Sin embargo, encontramos una gran diferencia entre ambos diarios: *La Teja* solo llega a un 6% de la clase alta del país (que es consumidora de *La Nación*), siendo su nicho central de mercado la clase media-baja y baja (con un 31%), aunque la mayor consumidora es la media-media (53%). Existe, como vemos, una diversidad de audiencias.

En España, por su parte, se han registrado un total de diecinueve informaciones diferentes, divididas en tres artículos para *elpaís.com*, cinco correspondientes al *abc.es*, de nuevo tres artículos para *larazón.es* y seis en el caso de *elmundo.es*. A estas informaciones se sumarán las dos entrevistas protagonizadas por Karina Bolaños y Olvido Hormigos para la revista *Interviú*.

El análisis objetivo del contenido de las publicaciones que vamos a analizar invita a que nos fijemos en los siguientes datos: en primer lugar, en la reproducción de estereotipos de género por parte de los diferentes medios informativos de ambos países, unida ésta a la intencionalidad de los mensajes comunicados; también debemos fijarnos en el posible target al que se dirigen los artículos, sin olvidar el número de informaciones donde las políticas son tratadas como “culpables” o como “víctimas” y reflexionar sobre cómo se traducen esas informaciones en el público receptor. Además, debemos centrar el análisis en el uso de un lenguaje en términos inclusivos, así como en el número de hombres y mujeres periodistas que firman las informaciones.

Seguimos a Natividad Abril y su reflexión sobre la temática del texto y la imagen en la que afirma que “el lenguaje fotográfico es diferente al del texto escrito y la lectura de un elemento u otro en el periódico tampoco es igual. Las imágenes se miran, se contemplan, se disfrutan con la mirada, y a veces se ven hasta sin mirar. Con su simple visión, la información transmitida en una imagen -esa parte de la realidad congelada en un recuadro de papel de periódico-, penetra y se acomoda en algún registro de nuestra mente” (Abril, 2001). En las imágenes, aparecen las políticas en posiciones corporales sexuadas como cuerpos-para-otro,

cuerpos para ser mirados, recibiendo, por su parte, el público consumidor de información un constante bombardeo de imágenes relacionadas con la estética y “disponibilidad” del cuerpo de las mujeres.

### COSTA RICA: EL CASO DE KARINA BOLAÑOS

En el caso de Karina Bolaños, viceministra de Juventud costarricense, se mediatizó un “vídeo erótico” el pasado 30/31 de julio de 2012 a través de las redes sociales. Bolaños, aparecía en ropa interior en una cama, dirigiendo unas palabras al destinatario de la grabación.

La viceministra fue extorsionada por la persona que tenía en propiedad el vídeo, supuestamente, un ingeniero con el que mantuvo una relación amorosa y que consiguió la grabación a través del acceso al disco duro de su ordenador. El vídeo se convirtió en hecho noticioso al producirse la destitución inmediata de la afectada. Los acontecimientos se sucedieron rápidamente: el primer titular que encontramos en Costa Rica expone “Presidenta destituye a Viceministra por video privado” firmado por I. Rodríguez, y P. Fonseca (2012) en el que el Ministro de Cultura Manuel Obregón, del que dependía la cartera de Juventud, aclara “no tengo nada que reprocharle dentro del ámbito laboral, es una buena viceministra. Esto compete puramente al ámbito privado en el cual yo tampoco tengo injerencia”.

*La Teja*, principal diario sensacionalista de amplia tirada nacional, se hizo eco el mismo día de la difusión del vídeo y *La Nación*, principal cabecera del país también atendió a la información y publicó lo sucedido. Desde *La Teja*, no sólo se notificó la grabación, sino que se publicó información referente a una denuncia por acoso interpuesta a la viceministra por el ingeniero con el que mantenía una relación amorosa (supuesto culpable de la publicación de la grabación).

Desde el diario *La Nación*, los titulares que acompañaron la información de las principales cabeceras costarricenses fueron los siguientes: “Gobierno: vídeo íntimo de Karina Bolaños afectaba su investidura” (Murillo, 2012a); “Ex viceministra tiene medidas cautelares por supuesto acoso” (Murillo, 2012b); “Chinchilla no trató a Bolaños con los guantes de seda de otros casos” (Oviedo, 2012); y “Karina Bolaños, del silencio al escándalo en un minuto” (Murillo, 2012c). Es en esta última noticia cuando la violencia estructural recae con todo su peso sobre Bolaños: el ministro de Cultura, Manuel Obregón, adjudica la destitución a las denuncias por acoso que constaban sobre ella, no al vídeo difundido y, a partir de aquí, los ejes informativos se centrarán en este hecho.

Las diferentes opiniones no tardaron en aparecer. Por un lado, estaban quienes criticaban la actuación de la viceministra, entendiendo su comportamiento como inapropiado y, por otro lado, quienes afirmaban que un hecho así no puede suponer la pérdida de un cargo político. El debate nace alrededor de un editorial del 2 de agosto, en el que *La Nación* critica el “linchamiento” acaecido sobre Karina Bolaños y reclama el derecho a la privacidad. Además, reflexiona sobre la destitución inmediata de la viceministra, haciendo referencia, de nuevo, a la contradicción del comunicado dado por el Ejecutivo.

Manuel Obregón López no tarda en contestar, y es el 4 de agosto cuando a través de su artículo de opinión “Las razones de fondo de una destitución” (2012) explica el porqué de la cesión de Karina Bolaños de su cargo público. El ministro de Cultura y Juventud, afirma que “El hecho de que la ex viceministra no informara oportunamente a sus superiores ni sobre la supuesta extorsión ni sobre los casos judiciales en su contra, implicó una violación en su deber de revelar los factores de riesgo vinculados con su cargo, y constituyen razones poderosas para una pérdida de confianza en ella. Ese conjunto de factores y la decisión de la ex viceministra de no presentar su renuncia, a pesar de que así le fue sugerida en conversaciones que mantuvo el lunes 30 de julio tanto con la señora presidenta de la República, Laura Chinchilla, como con mi persona, obligaron a su destitución. Adicionalmente, nadie puede negar que, con la divulgación del video íntimo, el hecho trascendió lo privado para convertirse en público, lo que afectaba directamente la buena marcha de la función que desempeñaba” y, se respalda, en que “no quisimos contribuir a la difusión de información que podría tener alcances sobre aspectos personales y familiares de las personas implicadas; así de simple”.

Estas afirmaciones contrastan con el primer comunicado emitido y, por ello, *La Nación*, decidió contestar a Obregón a través de otro editorial, con fecha de 7 de agosto de 2012. El editorial se presentaba con un rotundo “en otras palabras, el Ejecutivo retuvo información y faltó a la verdad por consideración a uno de los suyos. Así de simple. No estimó necesario hacer del conocimiento público las verdaderas razones de la destitución. La consideración guardada a la viceministra es una desconsideración hacia la ciudadanía, cuyo derecho a contar con información cierta y completa de los asuntos públicos no puede ser disputada”. Además, añadió que “el ministro se queja de la relación establecida entre el video y la destitución, cuyas verdaderas razones fueron otras. El Ejecutivo nunca debió esperar un resultado diferente si en su comunicado cita, como único motivo, la difusión de informaciones periodísticas y en redes sociales vinculadas a la vida privada de la viceministra”.

En ninguno de estos artículos de opinión encontramos la noticia tratada desde una perspectiva de género. Sin embargo, es necesario analizarlos con atención. Monserrat Sagot, directora de la Maestría en Estudios de la Mujer en la Universidad de Costa Rica, no hizo esperar el uso de las “gafas violetas” para analizar los acontecimientos. Con su artículo del 3 de agosto para *La Nación*, titulado “Sexo, política y vídeos”, Sagot nos muestra la doble moral del país y la violencia sobre el cuerpo de las mujeres cuando se reproduce de forma sexuada. Además, a este artículo se unía, el 8 de agosto del mismo año, otro de Ofelia Taitelbaum titulado “Violencia contra las mujeres en espacios públicos y privado”.

En España, la noticia se difundió con rapidez y las principales cabeceras online titularon: *elmundo.es*, “Aquí estoy, sola, deseándote” (2012, julio 31); *elmundo.es*, “He sido víctima de extorsión y amenazas, asegura la viceministra de Costa Rica” (2012, agosto 1); *abc.es*, “Vídeo picantón de Karina Bolaños” (2012, julio 31); *abc.es*, “La responsable de Juventud de Costa Rica, Karina Bolaños, destituida por protagonizar un vídeo erótico” (2012, julio 31); o *abc.es*, “Cesada por picante” (2012, julio 31).

Uno de los titulares y crónicas más sorprendentes es el de *larazón.es* del 26 de agosto, para su sección *Gente*, en el que titula: “Karina Bolaños, un mitin subido de tono”. Noelia Molanes (2012), periodista, hace la crónica de lo ocurrido para *larazón.es* y describe, con tono jocoso, la dinámica del vídeo. Además, el artículo termina diciendo que “el año pasado, Karina denunció a su esposo por violencia doméstica, y poco después, se retractó alegando: «lo hice sin pensar es falso lo que pone en la denuncia, estaba muy estresada». Un bochornoso episodio -uno más- en la lista de estampas privadas de la ex responsable de Juventud que se han colocado en la agenda del país. Un comportamiento no apto para todos los públicos”.

Los diarios españoles adjuntan el vídeo erótico debajo del titular. En el cuerpo informativo, siempre se produce una descripción del vídeo donde se recogen las características de la grabación, además de asuntos personales de la viceministra, como en el caso de *elmundo.es*: “el marido de Bolaños, el diputado Víctor Hugo Vázquez, que no parece ser el destinatario del vídeo, se ha pedido unos días de baja médica coincidiendo con la difusión de las imágenes de su mujer” (2012, julio 31). Ninguna cabecera española ofrecía un tratamiento de la información adecuado y un análisis de la situación con perspectiva de género. Las noticias no incluían el derecho a la intimidad de las personas, aunque sean personajes públicos y, en todas ellas, se exponía como culpable a Bolaños. Simbólicamente, su cuerpo y su capacidad de expresar deseo sexual también son culpables.

En septiembre del mismo año, la revista *Interviú* publicaba una entrevista y reportaje fotográfico de Bolaños. La ex viceministra, ante la divulgación internacional de su vida privada, decide conceder a la revista española esta exclusiva y así poder expresar su opinión.

La situación fue la siguiente: la denuncia por acoso que imputaba a Karina Bolaños es públicamente conocida y, además, es destituida “por esa razón” de su cargo político. Al difundirse la grabación, parte de la opinión pública juzga la conducta de la ex viceministra, haciéndose un espectáculo de su vida privada, al hablar, entre otras cosas, de sus “amantes”.

En esta tesitura, Bolaños protagonizaba siete páginas en las que se la muestra con el pelo largo y suelto, maquillaje, ropa interior semitransparente, ambiente íntimo, tacones, joyas y la recreación de una habitación similar a la que aparece en la grabación: sería pero informal, con cama blanca, almohadas y el detalle del espejo. La gesticulación, las posiciones del cuerpo, la mirada y la colocación estratégica de las manos evidencian la construcción del cuerpo femenino como cuerpo para ser mirado, como una escultura que se moldea, débil y efímera, para responder a unos cánones estéticos normativos.

Las preguntas de *Interviú* fueron directas y comprometidas: “¿Es cierta su relación con Figueres?”; “No obstante, se sabe que va a continuar en política apoyando a Figueres para la presidencia”; “¿Qué piensa de la presidenta Chinchilla tras lo ocurrido?, ¿Qué buscaba con su destitución?”; “¿Supo de más casos de supuesta corrupción gracias a su cargo?”; “¿Cómo pudo enamorarse de su extorsionador?” “¿Cuánto duró su relación con el informático?”; “¿Estaba enamorada de él?”; “¿Nunca llegaremos a saber la identidad de ‘Pequis’?”; “¿Le indujo él a grabar el vídeo?”; “¿Sabe usted que la reina del corazón en España es la ex del torero?”; y, para finalizar, “¿Qué futuro le espera a Karina Bolaños?” (Barrio, 2012).

La aparición de Bolaños en la revista reavivó la polémica en Costa Rica y, además del negado apoyo de su partido, obtuvo una gran crítica popular (incluso de algunas personas del movimiento de apoyo “yo también soy Karina”). Sin embargo, no todo el mundo pensó así, y así *La Nación* publicó el 14 de septiembre el artículo de Gustavo Román Jacobo “Karina y nuestras confusiones”, en el que el abogado explicaba “la idea (perversa) de fondo es que el respeto debido a la intimidad de una mujer es proporcional al pudor con que cada una la oculte. De ahí a condicionar, también, el respeto a la integridad física y psicológica de las mujeres, hay solo un paso. No hace mucho una tristemente célebre homilía lo expresó claro, clarito. Una creencia socialmente compartida que se reproduce en conversaciones cotidianas: «fulanita se expuso para que la acosaran por andar de

confianzuda»; «zutanita se arriesga a que la violen vistiendo de forma tan provocativa». De su intimidad y cuerpo cada adulto puede disponer según quiera, mostrando y ocultando lo que quiera, a quien quiera y donde quiera (con las limitaciones que, desde luego, se imponen para los espacios públicos). Es un derecho de todos y de todas. No lo tiene más una monja que una trabajadora sexual”.

#### ESPAÑA: EL CASO OLVIDO HORMIGOS

Un acontecimiento similar ocurría en septiembre de 2012 en España al mediatizarse otra situación de difusión de privacidad. Olvido Hormigos, concejala socialista de Los Yébenes, provincia de Toledo, se enteraba por rumores ajenos de la reproducción de un vídeo erótico en el que aparecía masturbándose. La grabación se envió a través de las redes sociales hasta que los medios de comunicación la hicieron visible en forma de noticia.

Las principales cabeceras online españolas titularon de esta guisa: *elmundo.es* encabezaba con “Una concejala socialista dimite tras difundirse un vídeo erótico” (2102, septiembre 5); *elpaís.com* titulaba con “El PSOE pide a una edil que no dimita por la difusión de un vídeo íntimo” (2012, septiembre 5); mientras que *larazón.es* afirmaba que “Una concejala del PSOE dimite tras difundirse un vídeo erótico” (2012, septiembre 7); y en términos similares se mostraba *abc.es* al aseverar que “Dimite una concejala al difundirse un vídeo erótico suyo en Internet” (2012, septiembre 5). La mayoría de las noticias, a pesar de pertenecer a diferentes diarios, se expresaban en términos parecidos: comentaban lo ocurrido y explicaban el contenido del vídeo (en este caso sin incluir los enlaces a la grabación). También citaban los apoyos enviados desde el Partido Socialista, concretamente de Elena Valenciano a la concejala. No se difundió únicamente la noticia, sino que se presentaba la situación personal de Hormigos como, por ejemplo, en el caso de *elpaís.com*: “según fuentes del Ayuntamiento castellanomanchego, la edil, maestra de Educación Infantil, casada y con dos hijos, ha dimitido tras comentarse el vídeo a través de las redes sociales” (2012, septiembre 5).

Después de la búsqueda en las hemerotecas digitales, es *abc.es* el periódico que más noticias referidas a la edil contiene y, en muchas de ellas, se encuentra una gran carga sensacionalista. Existen diferentes formas de informar ante un acontecimiento como este: tratar en la noticia la importancia de la imputación de los/as culpables de la difusión de la grabación, publicar en el cuerpo informativo una serie de indicadores relacionados con el derecho a la privacidad, presentar la situación como un ataque a la intimidad de las personas, generar una explicación

al porqué ciertos comportamientos se juzgan únicamente en las mujeres o incluso analizar por qué suelen ser las mujeres los “objetivos” de este tipo de ataques.

Hormigos, tras los apoyos institucionales recibidos, decide no dimitir. Es aquí cuando las cabeceras cambian su discurso. El digital *elmundo.es* encabeza con “La concejala del vídeo erótico no dimitirá: No he hecho nada malo” (2012, septiembre 6); mientras que *abc.es* titula con “La edil de Los Yébenes está decidida a continuar en política” (2012, septiembre 6) o *elpaís.com* hace lo propio con “La edil que protagonizó un vídeo íntimo: “No dimito. Lo que hice no es delito” (Junquera, 2012, septiembre 6). Parte de la opinión popular no pensaba lo mismo, y la concejala es recibida en el Ayuntamiento entre abucheos e insultos como aseguraba *elmundo.es*: “La concejala del vídeo erótico recibida con gritos de 'puta' y 'zorra' en el pleno” (2012, septiembre 9).

En este momento, comienzan los trámites judiciales. Se llama a declarar al alcalde del municipio (que se negó), ya que figuraba que el vídeo había sido difundido desde la alcaldía del Ayuntamiento, y se intenta esclarecer quién o quienes pueden ser los/as culpables de la publicación de la grabación, comenzando por la única persona que, en principio, poseía el vídeo: su destinatario (un futbolista). Pero, tras meses de noticias, de ajeteo mediático y de investigaciones judiciales, únicamente se logra empeorar la vida personal y política de Hormigos quién decide acudir a un programa de televisión de alta audiencia. El PSOE, ante la noticia, pide a la concejala que abandone su cargo, para no dañar la imagen del partido, y así Hormigos se separa por completo de lo que era su vida anterior a la difusión de la grabación como apunta *larazón.es*: “Hormigos dimitió a petición del PSOE, que no entendió que se pasara a la tele” (2013, marzo 1).

Los titulares del 23 de abril del 2013 no ayudaron a recuperar su posición. Así titulaba *elmundo.es*: “La jueza determina que no hubo delito contra la intimidad de Olvido Hormigos”. Esta decisión final se debe a que Olvido Hormigos decidió, libremente, enviarle la grabación al destinatario; por ello, no puede haber delito contra su intimidad. El caso se archivó.

Siguiendo la línea de Karina Bolaños, Hormigos aparece en la portada de la revista *Interviú*. Doce páginas en las que la exconcejala protagoniza once fotografías: maquillaje, tacones y joyas es lo único que Olvido Hormigos utiliza para posar. Muestra su desnudez a través de posiciones sugerentes que reviven, de forma simbólica, la masturbación de su grabación: su cuerpo, ahora sí, se construye para ser mirado.

El texto de *Interviú* revive el debate, ya que titula y subtítulo: “Con mi cuerpo hago lo que quiero”; “Me da mucha vergüenza que lo hayan visto, la gente

pensará que soy de hielo, pero fue horrible, aunque he tenido que seguir con mi vida”; “Lo único que quiero es que el futbolista, el destinatario de mi video con el que estuve tres meses y que ahora se pasea por el pueblo como si nada, lo pague”; “Si hubiera sido gorda y fea, no se hubiera montado la que se montó”; “El alcalde de Los Yébenes es buena gente, pero un poco corto. Mandó el vídeo desde el ordenador de la alcaldía a la suegra de una compañera” o “Ahora ya me puedo reír si hacen chistes con el vídeo, pero lo pase fatal, hasta se me pasó por la cabeza eso de ojalá no me despertara mañana...pero tengo dos hijos” (Arnanz, 2013).

La entrevista sigue formulando preguntas como: “¿Y el destinatario del vídeo?”; “¿Por qué no ha difundido usted sus vídeos como venganza?”; “¿En qué punto está el caso?”; “¿Cuando su vídeo empieza a circular por el pueblo, sus compañeros de partido del ayuntamiento le piden que dimita?”; “Elena Valenciano, del PSOE, o Esperanza Aguirre, del PP, le pidieron por Twitter que no dimitiera y cambió de opinión”; “¿Por qué entró en política?”; “Ha denunciado que el vídeo se difundió desde el ordenador de la alcaldía, regida por el PP”; “¿Qué es lo que quiere?”; “¿Puede frivolar ya sobre el vídeo?”; “¿Cómo será recibido este desnudo?” o “¿Y seguirá en la tele?” (Arnanz, 2013).

La parte más polémica viene al final, cuando preguntan: “¿Se ha fijado en que no ha utilizado en toda la entrevista la palabra ‘masturbarse’?” Y Olvido Hormigos, responde: “No me doy cuenta, pero es verdad, es que me da mucha vergüenza. Nunca la utilizo cuando hablo” Arnanz (2013).

La noticia no se quedó sólo en España, sino que también estuvo presente en Costa Rica. Mientras La Nación no hizo eco de la grabación de Hormigos ni en su edición impresa ni en su edición digital, *La Teja* relacionó su caso con el reciente suceso de Karina Bolaños a través de la noticia titulada: “Karina está con Olvido” Herrera (2012).

## CONCLUSIONES

Estos análisis nos demuestran cómo, a pesar de las diferencias entre países y de la presencia de productos comunicativos distintos<sup>2</sup>, ante situaciones similares los medios de comunicación adoptan posiciones parecidas: continúan mediatizando la imagen de los cuerpos de las mujeres como cuerpos para ser mirados y culpándolas de las situaciones de violencia que sufren, bien sea simbólica,

---

<sup>2</sup> En España no encontramos un producto periodístico que tenga el mismo formato que el que presenta el diario *La Teja*. Sin embargo, si existe una diversificación de productos que, desde diferentes discursos, ejercen el mismo cometido sensacionalista.

física, psicológica, etc. Todavía no se entiende que las mujeres puedan tomar parte activa en las decisiones sobre sus cuerpos y deseos, por eso desde el sistema patriarcal se las castiga y desde el periodismo se reproduce la violencia.

Las mujeres han de presentarse tanto como productoras, como protagonistas de los hechos noticiosos; es decir, han de ocupar espacios informativos en positivo. Es así como se conseguirá que su identidad no se ligue a su imagen sino a sus capacidades.

Tanto Karina Bolaños como Olvido Hormigos, ambas expuestas a la opinión pública, terminan por entrar a formar parte del juego del sistema patriarcal. Los ejemplos de ambas políticas guardan ciertas similitudes en sus aspectos mediáticos que no podemos obviar en el análisis, por ello concluimos:

- Los vídeos eróticos reproducen a las políticas expresando un deseo sexual; es decir, ambas grabaciones son ejemplos claros de que los cuerpos de las mujeres son cuerpos sexuados, que ellas mismas tienen capacidad de controlar. El deseo sexual femenino todavía no es aceptado de forma abierta, creándose diversas corrientes de opinión: se juzga públicamente la sexualidad de las mujeres.
- Los medios de comunicación se hacen rápido eco de la noticia de forma sensacionalista. Ante el impacto, la destitución de Karina Bolaños o la intención de dimitir de Olvido Hormigos, no tarda en llegar y cuestionarse públicamente.
- Ambas mujeres ocupaban cargos políticos (de mayor o menor representación) y fueron engañadas o extorsionadas por ex-amantes (hombres), que finalmente publicaron el vídeo. En los dos casos, estos hombres salen impunes.
- Las informaciones nos presentan a las afectadas como mujeres casadas y madres, alejándolas de su identidad individual y presentándolas como adúlteras.
- No se profundiza sobre el derecho a la privacidad de las personas. Son las afectadas las preocupadas por buscar culpables y demostrar su “inocencia”. Mientras, la opinión pública, continúa identificando su decisión propia de grabarse como el origen del conflicto.
- El sentimiento de culpa y vergüenza está presente en ambas mujeres. Las informaciones explotan estos sentimientos. Ambas no continúan ejerciendo sus carreras políticas y su vida da un cambio drástico.

- No se utiliza un enfoque transversal en la redacción de las noticias que incluya una perspectiva de género y permita un tratamiento igualitario de la información.
- Las políticas terminan realizando una entrevista personal y reportaje fotográfico para la revista española *Interviú*. Aparecen desnudas o semidesnudas y las imágenes son recibidas con duras críticas.
- *Interviú* recrea en ambos reportajes escenas relacionadas con los vídeos eróticos que se reprodujeron de cada una de las políticas. El contenido de las preguntas es machista y reproduce estereotipos de género.

Las prácticas comunicativas igualitarias que no respondan ni reproduzcan estereotipos de género no son una utopía. El conocimiento de las teorías feministas y una aplicación transversal del enfoque de género en el tratamiento de la información aportarán a las/os profesionales de la comunicación las herramientas necesarias para realizar un buen tratamiento de los hechos noticiosos. Los principales ejes de actuación para una comunicación de calidad son:

- La educación. Existen claras carencias formativas de las/os profesionales de la comunicación en materia de género. Las universidades, en su mayoría, no contemplan el género como una necesidad de carácter transversal en sus programas educativos. Además, parte del propio cuerpo docente no se ha instruido en el tema. Esta situación provoca que las/os profesionales que se están formando y que serán las/os próximas/os comunicadoras/es, no tengan incorporada una perspectiva feminista.
- Investigación continua en comunicación y género.
- Prácticas que los medios de comunicación actuales pueden aplicar en sus contenidos:
  1. Los hechos noticiosos tienen que incorporar una visión más amplia. El ámbito público ha sido y es dominado por lo masculino. Si aceptamos la máxima “lo personal es político”, deberíamos deconstruir la misma idea de qué es lo noticiable; es decir, deberíamos cambiar el interés informativo y abrirlo a otro tipo de temáticas. En estas temáticas, de carácter menos hegemónico, las mujeres tienen más representación. Hay que invertir la importancia de las noticias; hay que replantearse qué es noticia.
  2. Acabar con los estereotipos de género en los medios. Poner fin al mecanismo ideológico que refuerza y reproduce la desigualdad de las mujeres.

3. Lenguaje no sexista. Fomentar un lenguaje inclusivo y no discriminatorio que represente al entero de la sociedad. El lenguaje, al igual que la cultura, puede cambiarse y modificarse para asumir las exigencias que el desarrollo social le marca.
4. Un enfoque transversal de género en el tratamiento de la información.
5. “Control” de los medios de comunicación a través de la ciudadanía. Es necesario concienciar a la ciudadanía de un buen uso de los medios y de la responsabilidad que deben exigirles. Son las/os propias/os consumidoras/es quienes pueden demandar una información de calidad.

Es hora de construir una realidad comunicativa nueva, que suponga una verdadera ventana a un mundo sin prácticas desiguales. Mientras se crean medios más próximos a la concepción social del feminismo, es preciso que se continúen realizando acciones políticas y se elaboren leyes que regulen de una forma más eficaz, no sólo los aspectos más polémicos sino también los más sutiles sobre la mediatización de la imagen de las mujeres que construyen y transmiten los medios de comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril, N. (2001). Métodos hegemónicos y otras realidades en la prensa diaria: Recreación informativa del “héroe” y la “víctima” en el relato de actualidad. En: B. Muñoz, *Medios de Comunicación, mujeres y cambio cultural*. Madrid: Dirección general de la Mujer, 49-82.
- Arriaga Flórez, M., Browne Sartori, R., Estévez Saá, J. M., Silva Echeró, V. (2006). *Sin carne: representaciones y simulaciones del cuerpo femenino. Tecnología, comunicación y poder*, Sevilla: Arcibel.
- Beauvoir, S. (1999). *El segundo sexo*, Madrid: Cátedra.
- Bernárdez Rodal, A. (2000). Cuerpos imaginados ¿Exhibición o encubrimiento de las mujeres en la publicidad? *Cuadernos de Información y Comunicación*, (5), 67-78.
- Bordo, S. (2001). El feminismo, la cultura occidental y el cuerpo. *La Ventana*, (14).
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*, Barcelona: Anagrama.
- Chaher, S., Santoro, S. (2007). *Las palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género*, Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones.
- Esteban, M.L. (2004). *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*, Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Fernández Valencia, A., López Fdz. Cao, M. (2011). *Contar con el cuerpo: construcciones de la identidad femenina*, Madrid: Fundamentos.
- Gothmann, K. (2001). *Manual de género en el periodismo*, Quito: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Huesco González, A., Cascant I Sempere, M.J. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación*, Valencia: Universitat Politècnica de València.

- Juliano, D. (2010). El cuerpo fluido. Una visión desde la antropología. *Quaderns de Psicologia*, (12), 149-160.
- Lamas, M. (2002). *Cuerpo, diferencia sexual y género*, México: Taurus.
- López Fdz. Cao, M., Gaudi Pérez, J.C. (2000). El cuerpo imaginado. *Revista Complutense de Educación*, (11), 43-57.
- Millet, K. (1995) *Política Sexual*, Madrid: Cátedra.
- Mulvey, L. (2001). El placer visual y el cine narrativo. En: B. Wallis, *Arte después de la modernidad: nuevos planteamientos entorno a la representación*. Madrid: Akal, 365-383.
- Muñoz, B. (2001). *Medios de Comunicación, mujeres y cambio cultural*, Madrid: Dirección General de la Mujer.
- Roig, M. (1989). *La mujer en la Historia a través de la Prensa. Francia, Italia, España. Siglos XVIII-XX*, Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- Seoane, M.C., Sáiz, M.D. (1998). *Historia del periodismo en España. Vol.3, El siglo XX, 1898-1936*, Madrid: Alianza.
- Torregosa Carmona, J. F. (2008). Comunicación periodística, notas desde una perspectiva de género. *Feminismo/s*, (11), 125-139.
- Varela, N. (2005). *Feminismo para principiantes*, Barcelona: Ediciones B.
- Wolf, N. (1991). *El mito de la belleza*, Barcelona: Emecé.
- Artículos de prensa**
- Aquí estoy, sola, deseándote. (2012, julio 31). *El Mundo*, <http://elmundo.es/>.
- Arnanz, D. (2013, abril 15). Si hubiera sido gorda y fea, no se habría montado la que se montó. *Interviú*, (1929), 24-35.
- Barrio, C. (2012, septiembre 10). La presidenta Chinchilla es la reina de los machistas. *Interviú*, (1898), 20-27.
- Cesada por picante. (2012, julio 31). *Abc*, <http://abc.es/>.
- Dimite una concejala al difundirse un vídeo erótico suyo en Internet (2012, septiembre 5). *Abc*, <http://abc.es/>.
- El PSOE pide a una edil que no dimita por la difusión de un vídeo íntimo (2012, septiembre 5). *El País*, <http://elpaís.com/>
- Granados, E. (2012, agosto 4). Mamás prefieren regalos de uso personal que electrodomésticos. *La Nación*, 24.
- Herrera, A. (2012, septiembre 11). Karina está con Olvido. *La Teja*, 3.
- Hormigos dimitió a petición del PSOE, que no entendió que se pasara a la tele (2013, marzo 1). *La Razón*, <http://larazon.es/>.
- Junquera, N. (2012, septiembre 6). La edil que protagonizó un vídeo íntimo: No dimito. Lo que hice no es delito. *El País*, <http://elpaís.com/>.
- La concejala del vídeo erótico no dimitirá: No he hecho nada malo. (2012, septiembre 6). *El Mundo*, <http://elmundo.es/>.
- La edil de Los Yébenes está decidida a continuar en la política (2012, septiembre 6). *Abc*, <http://abc.es/>.

- La jueza determina que no hubo delito contra la intimidad de Olvido Hormigos. (2013, abril 23). *El Mundo*. Recuperado de <http://elmundo.es/>.
- La responsable de Juventud de Costa Rica, Karina Bolaños, destituida por protagonizar un vídeo erótico. (2012, julio 31). *Abc*, <http://abc.es/>.
- Linchamiento electrónico. (2012, agosto 2). *La Nación*, 24.
- Lo cierto es... (2012, agosto 7). *La Nación*, 28.
- Molanes, N. (2012, agosto 26). Karina Bolaños, un mitin subido de tono. *La Razón*, <http://larazón.es/>.
- Murillo, A. (2012a, agosto 1). Gobierno: vídeo íntimo de Karina Bolaños afectaba su investidura. *La Nación*, 5.
- Murillo, A. (2012b, agosto 1). Exviceministra tiene medidas cautelares por supuesto acoso. *La Nación*, 5.
- Murillo, A. (2012c, agosto 12). Karina Bolaños, del silencio al escándalo en un minuto. *La Nación*, 6.
- Obregón López, M. (2012, agosto 4). Las razones de fondo de una destitución. *La Nación*, 32.
- Oviedo, E. (2012, agosto 3). Chinchilla no trató a Bolaños con los guantes de seda de otros casos. *La Nación*, 5.
- Rivera, E. (2012, septiembre 11). Manos en alto contra el feminicidio. *La Nación*, 1.
- Rodríguez, I., Fonseca, P. (2012, julio 31). Presidenta destituye a Viceministra por vídeo privado. *La Nación*, 10.
- Sagot, M. (2012, agosto 3). Sexo, política y vídeos. *La Nación*, 28.
- Taitelbaum, O. (2012, agosto 8). Violencia contra las mujeres en espacios públicos y privado. *La Nación*, 29.
- Una concejala del PSOE dimite tras difundirse un vídeo erótico. (2012, septiembre 7). *La Razón*, [http://larazón.es](http://larazón.es/).
- Una concejala socialista dimite tras difundirse un vídeo erótico. (2012, septiembre 5). *El Mundo*, [http://elmundo.es](http://elmundo.es/).
- Vídeo picantón de Karina Bolaños. (2012, julio 31). *Abc*, [http://abc.es](http://abc.es/).